

Висновки. Використання рейтингових методів при оцінці конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств дозволяє вирішити вкрай важливе завдання – об'єднати різномірні показники в один інтегральний (комплексний) показник та визначити місце підприємства (району, області) в досліджуваній сукупності. Порівняння методик рейтингових оцінок дозволяє рекомендувати метод відносних відхилень та багатовимірної середньої для практичного використання з метою оцінки рівня конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Амбросов В.Я. Оцінка конкурентоспроможності агроформувань / В.Я. Амбросов, Т.Г. Маренич // Вісник ХНАУ, серія „Економіка АПК і природокористування”. – 2009. – №10. – С.23-28.
2. Збарський В.К. Конкурентоспроможність високотоварних сільськогосподарських підприємств / В.К. Збарський, М.А. Місевич; за ред. професора В.К. Збарського. – К.: ННЦ ІАЕ, 2009. – 310с.
3. Малік М.Й., Нужна О.А. Конкурентоспроможність аграрних підприємств: методологія і механізми: Монографія. – К.: ННЦ ІАЕ, 2007. – 270с.
4. Шепіцен А.О. Оцінка конкурентоспроможності аграрного підприємства // Фінанси України. – 2003. – №8. – С.66-73.
5. Школьнік О.О. Організаційно-економічні механізми управління конкурентоспроможністю аграрних підприємств: Монографія / О.О. Школьнік. – Умань: Видавництво Уманського державного аграрного університету, 2007. – 308с.
6. Березівський П.С. Конкурентоспроможність молокопереробних підприємств: теорія, методика, практика: Монографія / П.С. Березівський, А.М. Железняк. – Львів, 2008. – 198 с.
7. Ващук В.Ф. Конкурентоспроможність галузей АПК на зовнішньому ринку: нові погляди на проблему / В.Ф. Ващук // Проблеми економіки. – 2004. – №4. – С.28-34.
8. Горкавий В.К. Оцінка фінансового стану підприємства за рейтинговими принципами / В.К. Горкавий // Фінансові проблеми формування і розвитку аграрного ринку: Матеріали Дев'ятих річних зборів Всеукр. конгресу вчених економістів-аграрників 26-27 квітня 2007 року. – К.: ННЦ ІАЕ, 2007. – С.243-248.
9. Диеполов В. Определение эффективности в сельскохозяйственном предприятии / В. Диеполов // Економіка України. – 2007. – №10. – С.70-78.
10. Єріна А.М. Статистичні аспекти визначення рейтингів / А.М. Єріна // Статистика України. – 2000. – №4. – С.74-79.
11. Проблемы конкурентоспособности агропродовольственного комплекса РФ и факторы ее повышения. Сб. науч. тр. / ВИАПИ им. А.А. Никонова. – М.: ВИАПИ им. А.А. Никонова, 2008. Вып.21. – 384с.

УДК 658+339.137.2

СУТНІСТЬ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВ

Бескорса О. А.

Постановка проблеми в загальному вигляді. Досягнення підприємством переконливих, сталих конкурентних переваг є одними з найважливіших категорій ринкової економіки, які характеризують здатність підприємства вчасно та ефективно адаптуватися до умов зовнішнього ринкового середовища, що швидко змінюються, протистояти кризовим явищам в економіці, вижити та розвинути навіть за несприятливих макроекономічних умов. Підтвердження цієї думки знаходимо в працях видатного вітчизняного вченого Іванова Ю. Б.: «Проблемой первостепенной важности для любого предприятия, действующего в условиях рынка, является проблема выживаемости и обеспечения непрерывности развития. В зависимости от складывающихся условий и обстоятельств эта проблема решается различными предприятиями по-своему, но в основе её лежит сложная и трудоёмкая работа по созданию конкурентных преимуществ» [6, с. 3]. Особливої актуальності це питання набуває сьогодні, в ситуації виникнення та поглиблення світової фінансово-економічної кризи, яка значною мірою ускладнює умови функціонування всіх суб'єктів господарювання, суттєво загострюючи конкурентну боротьбу та ускладнюючи виживання підприємств в умовах ринку. Відсутність нових концептуальних розробок і теоретико-методологічних положень щодо вирішення проблем забезпечення конкурентних переваг

підприємств в умовах ринку зумовлює необхідність і актуальність системного дослідження даної проблеми.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні, методологічні й практичні питання забезпечення конкурентних переваг досліджували такі відомі вчені, як Г. Азов [1, с. 3-200], А. Челенков [2, с. 5-251], І. Балабанова [3, с. 3-538], І. Белецька [4, с. 167-172], А. Войчак, Р. Камишніков [5, с. 50-53], Ю. Іванов [6, с. 7-280], Н. Лепа [8, с. 5-296], О. Нефедова [9, с. 115-120], І. Отенко [10, с. 3-212], С. Савчук [11, с. 5-520] та ін.

В роботах зазначених авторів розкривається зміст поняття конкурентоспроможності; представлена класифікація конкурентних переваг; наводяться принципи, які покладено в основу управління конкурентними перевагами; фактори, які можуть мати вплив на цей процес, методичні основи оцінювання конкурентних переваг підприємства та проблеми діагностики конкурентного середовища організації; вивчалось організаційно-економічне забезпечення формування конкурентних переваг; стійкість конкурентних переваг підприємства та механізми її реалізації. Вченими досліджувались проблеми розробки стратегії конкурентної боротьби; теоретичні та практичні аспекти формування конкурентних переваг підприємств на основі впровадження системи менеджменту якості, а також конкурентного маркетингу. Дослідниками розглядалися форми та теоретичні моделі конкуренції; основи конкурентної раціональності; здійснювалось моделювання ієрархії задач планування та регулювання виробництва з урахуванням конкурентних факторів; синтез методів та моделей підготовки й прийняття рішень в системі управління конкурентними перевагами підприємства; вивчалось формування організаційно-економічних передумов ефективного управління підприємством в умовах жорсткої конкуренції. Приділялася увага механізму, проблемам та специфіці управління конкурентними перевагами підприємства. Науковцями проводився аналіз стану та проблем управління конкурентними перевагами підприємств на сучасному етапі розвитку України.

Проте результати досліджень не дають повної й комплексної уяви про рівні забезпечення конкурентних переваг, про особливості процесів розвитку ефективності та стійкості конкурентних переваг й підвищення ефективності економічного механізму функціонування сільськогосподарських підприємств в умовах ринку. Тому нагальним вважаємо пошук конкретних підходів до розв'язання цієї ключової загальнодержавної проблеми економіки України. Від успішного вирішення саме цієї проблеми залежить траєкторія подальшого руху економічного розвитку країни.

Формулювання цілей статті. Ціллю написання статті є систематизація та обґрунтування теоретичних та методологічних підходів щодо сутності забезпечення конкурентних переваг підприємств в умовах ринкового господарювання. Досягненню цілі сприяло використання ряду загальнонаукових *методів*: емпіричні методи дослідження (порівняння, спостереження); теоретичні (аналіз та синтез).

Виклад основного матеріалу дослідження. Для формулювання визначення категорій „конкурентна перевага” та „забезпечення конкурентних переваг підприємств” вважаємо доцільним систематизувати підходи до визначення поняття „конкуренція”, адже „...конкурентные преимущества неразрывно связаны с конкуренцией. Они возникают тогда и там, где возникает и развивается конкуренция” [2, с. 48]. Слід зазначити, що з моменту виникнення поняття конкуренції до сьогодення воно значною мірою трансформувалося та зазнало суттєвих змін, навіть у сучасній економічній теорії вчені не мають єдиного підходу до визначення цього поняття. Засновником теорії конкуренції вважається відомий економіст Адам Сміт [11, с. 71], який в роботі „Дослідження про природу та багатство народів” виклав основи теорії „невидимої руки”. Саме його вчення про суперництво виробників на ринку, в результаті якого ціна на ринку змінюється в

залежності від зміни сукупного попиту та пропозиції пізніше було покладено в основу поведінкової концепції конкуренції. Відомий вчений-економіст Дж. Мілль [1, с. 76] говорив: „Принимая во внимание, что конкуренция является единственным регулировщиком цен, заработной платы, ренты, она сама по себе является законом, который устанавливает правила этого регулирования”. Дещо пізніше марксистська теорія, розвиваючи поведінкове розуміння конкуренції, визначала її як антагоністичну боротьбу між приватними товаровиробниками за найбільш вигідні умови виробництва та збуту товарів, таким чином, уточнивши мету конкуренції та способи її ведення. Неокласична теорія не відходить від поведінкового тлумачення конкуренції, визначаючи її як боротьбу за рідкісні економічні блага, тобто за ті блага, попит на які вищий за наявний їх обсяг. Поведінкової концепції конкуренції дотримувався і М. Портер [6, с. 12], який вважав, що конкуренція – це динамічний процес, що розвивається, ландшафт, що безупинно змінюється, на якому з’являються нові товари, нові шляхи маркетингу, нові виробничі процеси й нові сегменти ринку. Конкуренція – це протидія п’яти ринковим силам, таким як: 1) загроза появи на ринку нових конкурентів; 2) загроза появи нових послуг або товарів-замінників, які є конкурентоспроможними за ціною; 3) здатність постачальників торгуватися; 4) здатність покупців торгуватися; 5) суперництво існуючих конкурентів між собою. Він обґрунтовує ідею про те, що зазначені п’ять ринкових сил здатні визначати прибутковість галузі, впливаючи на ціни, які можуть встановлювати товаровиробники, визначаючи розмір витрат та капіталовкладень, необхідних для виживання та успішного конкурування в галузі.

У XIX – XX століттях зароджується та розвивається структурне розуміння конкуренції. Одним із найзначніших досягнень економістів-прихильників структурної концепції стало виділення чотирьох типів ринків: 1) ринок досконалої конкуренції; 2) ринок монополістичної конкуренції; 3) олігополія; 4) монополія. При чому, у західній економічній теорії структурний підхід до розуміння конкуренції набув такої популярності, що на сьогодні слово „конкуренція” використовується саме для позначення конкуренції з погляду структурного розуміння, а у випадку поведінкового змісту – використовується слово „боротьба”. Поняття досконалої конкуренції розглядається як неможливість впливу однієї з фірм на ринкову ситуацію через те, що частка ринку, яку вона займає є мізерно малою, відповідно, і жоден покупець не має впливу на ринок. На відміну від поведінкового підходу, який розглядає конкуренцію як стан, структурний підхід визначає її як процес, який супроводжується динамічною зміною властивостей ринкової системи, її структури і функцій.

Третій – функціональний підхід – ілюструє роль, яку відіграє конкуренція в економіці. Дослідник Й. Шумпетер [2, с. 18-20], один з представників цієї концепції, розглядав конкуренцію як боротьбу старого з новим. Інновації, нові технології, товари та послуги завжди відчують опір з боку ринку, але після впровадження в результаті конкуренції вони витісняють старі технології та підприємства, які їх використовують. Нобелівський лауреат Ф. А. Фон Хайек [2, с. 19] вважав конкуренцію „процесом відкриття”. Так, лише конкуренція здатна показати, який з кількох, на перший погляд однакових, сценаріїв поведінки фірми є найбільш вдалим та успішним. На його думку, те суспільство, яке розвивається за законами досконалої конкуренції, розвиватиметься стабільно та процвітатиме.

Сучасна економічна теорія оперує великою кількістю визначень конкуренції, однак всі вони побудовані в основному на концепціях структурного та функціонального підходів до розуміння конкуренції. Одним з ключових понять теорії конкуренції є поняття конкурентних переваг підприємства. В найбільш загальному розумінні конкурентна перевага – це ті характеристики, властивості товару або марки, які створюють для

підприємства певну перевагу над його прямими конкурентами [6, с. 29]. Конкурентні переваги є відносними характеристиками, які ілюструють позицію даного підприємства відносно інших підприємств галузі чи сегменту ринку.

На сьогодні у світі існує кілька шкіл та підходів до визначення конкурентних переваг та їх вивчення. Засновниками концепції конкурентних переваг можна вважати А. Сміта та Д. Рікардо [2, с. 20-28], які розробили теорію абсолютних та відносних переваг: в міжнародному товарообміні перевагу отримують ті країни, які виготовляють її з найменшими витратами. Відомий вчений Г. Азоев [2, с. 48] вважає, що конкурентні переваги – це концентрований прояв переваг над конкурентами в економічній, технічній, організаційній сферах діяльності підприємства, їх можна виміряти за допомогою економічних показників, таких як додатковий отриманий прибуток, збільшення рентабельності, зростання частки ринку або обсягів продажу. За С. Поповим [6, с. 30] конкурентні переваги – це характеристики, які створюють для організації, що виробляє і (або) реалізує певний продукт, певні переваги перед конкурентами; будь-які інновації, які дають реальне збільшення бізнес-успіху. Відомий вчений М. Портер [3, с. 23; 6, с. 30-31] під конкурентними перевагами розумів сукупність факторів, що визначають успіх або неуспіх підприємства у конкуренції, ефективність використання ресурсів. Вчений В. Карлоф [3, с. 23] під конкурентними перевагами розуміє те, на що спрямовані всі конкурентні стратегії в сфері бізнесу. Науковці В. Немцов та Л. Довгань [3, с. 20-24] під конкурентними перевагами розуміють характеристики та особливості товару чи торгівельної марки, які створюють для підприємства певні переваги над конкурентами. І. Белецька [4, с. 167-172] спробувала поєднати всі існуючі на сьогодні концепції розуміння конкурентної переваги, визначивши її як не тільки результат конструктивного мислення; можливість компанії випереджувати своїх конкурентів; наслідок відмінностей в операційній ефективності, але й здатність приваблювати споживачів та зберігати їх відданість; нововведення, що дає реальний приріст бізнес-успіху; індикатор положення фірми в конкуренції; реалізована ключова компетенція.

Дослідник Ю. Іванов [6, с. 33-35] у монографії „Конкурентні переваги підприємства: оцінка, формування та розвиток” пропонує виділити три основних підходи до визначення поняття конкурентної переваги: компаративний підхід (конкуренція розглядається як здатність випереджати суперників); ресурсний підхід (заснований на здатності підприємства якнайефективніше використовувати ресурси); ціннісно-компетентнісний підхід.

Найбільш повним та вдалим, на наш погляд, є визначення конкурентних переваг, запропоноване Ю. Івановим [6, с. 32], який розглядає конкурентні переваги як „...позитивні відмінності підприємства від конкурентів в деяких або в усіх видах діяльності, які забезпечують підвищення соціально-економічної ефективності в короткостроковому періоді й виживання в довгостроковому за рахунок постійного пошуку нових можливостей і швидкої адаптації до навколишнього оточення та умов конкурентної боротьби, що змінюються”

Більшість існуючих підходів до визначення поняття конкурентної переваги погоджуються з тим, що вона повинна мати такі основні властивості, як:

- відносність – за своєю сутністю конкурентна перевага виявляється лише при порівнянні конкурентних позицій кількох підприємств або позицій; конкурентна перевага, що забезпечила успіх одного підприємства не обов'язково підійде для іншого;
- динамічність – можливість змінюватися в залежності від стадії життєвого циклу товару, конкурентного оточення, зміни попиту на продукцію та ін. факторів зовнішнього середовища;

- адаптивність – мінливість умов ринку, у яких функціонує організація вимагають швидкого пристосування конкурентних переваг до цих умов;
- стійкість – здатність конкурентної переваги зберігатися протягом тривалого періоду часу (детермінується тривалістю її життєвого циклу);
- ефективність – отримання фінансового ефекту, який розраховується як фінансовий результат, отриманий від використання конкурентної переваги в перерахунку на одиницю витрат, пов'язаних з її забезпеченням [6, с. 35-36] та ін.

За результатами досліджень виявлено, що можна навести кілька груп видів конкурентних переваг підприємства:

- внутрішні та зовнішні за джерелом походження конкурентні переваги створюються відповідно у внутрішньому та зовнішньому відносно організації середовищі; при чому якщо на внутрішні фактори підприємство має безпосередній вплив, то зовнішні конкурентні переваги складаються незалежно від організації і впливу на них вона практично не має;
- за ступенем стійкості та відтворюваності виділяють конкурентні переваги низького та високого порядку; їх градують в залежності від витрат, необхідних конкурентам на відтворення та копіювання переваги – чим вищими є ці витрати, тим важче відтворювати конкурентні переваги, тим вищим є їх порядок. [6, с. 43-57; 5, с. 50-53; 10, с. 18-20; 1, с. 5-17; с. 152-156]

Для підприємства оптимальним є забезпечення внутрішніх переваг високого порядку – вони зазвичай вимагають значних інвестицій, але разом з тим є більш стійкими й гарантують довгострокове лідерство на ринку, в той час як зовнішні переваги перед конкурентами зазвичай мають низький порядок, є нестійкими, адже визначаються умовами зовнішнього середовища, яке може будь-якої миті змінитися.

- за методом та способом одержання переваги виділяють конкурентні переваги, що підприємство отримало у спадок; навчання персоналу та підтримка науково-винахідницької діяльності; впровадження ноу-хау, інновацій, вихід на нові ринки, використання нових технологій та ін.; переміщення виробництва в інший район;
- щодо терміну дії конкурентні переваги розподіляються на довгострокові (забезпечують лідерство продукції на ринку протягом всього її життєвого циклу) та короткострокові (діють лише протягом певного періоду – сезону, стадії життєвого циклу товару, виробничого циклу);
- за факторами та суб'єктами забезпечення конкурентних переваг, вони можуть бути пов'язаними з кон'юктурою ринку, поведінкою конкурентів, а також – державною політикою у сфері регулювання конкурентного середовища;
- відносно рівня ієрархії виділяють конкурентні переваги на рівні товару, на рівні ринку, на рівні галузі та економіки в цілому;
- зміст фактора переваг визначає конкурентні переваги якості товару, переваги ціни товару, витрат у споживача товару, рівня сервісного обслуговування;
- за методами конкуренції можуть бути цінові (більш низька ціна виробництва за рахунок використання дешевшої сировини, новітніх ресурсозберігаючих технологій та ін.) та нецінові конкурентні переваги (підвищення та забезпечення стійкості якості товару, зменшення браку та ін.);
- за сферою прояву конкурентні переваги поділяють на ті, які проявляються під час проектування продукту, його виробництва, продажу, сервісу та експлуатації, при чому оптимальним вважається одночасне поєднання всіх переваг даного типу, у цьому разі відбувається забезпечення сталих та довгострокових конкурентних переваг;

- з огляду на те, що забезпечення конкурентних переваг може створювати економічний, екологічний, науково-технічний та соціальний ефект, виділяють відповідні типи конкурентних переваг за видом одержуваного ефекту;

- з огляду на вид фактора, який визначає конкурентну перевагу, виділяють конкурентні переваги, засновані на економічних факторах (стимулююча політика уряду, збільшення місткості ринку, зростання попиту, використання ефекту масштабу та ін.), засновані на техніко-технологічних факторах (технологічні особливості виробництва), засновані на організаційних, управлінських, екологічних, маркетингових, соціально-психологічних, природно-кліматичних, географічних та ін. перевагах;

- за характером виникнення виділяють первинні конкурентні переваги та вторинні (детермінуються первинними);

- за взаємодією з п'ятьма силами конкуренції, запропонованими М. Портером, конкурентні переваги поділяють на конкурентні переваги, забезпечувані взаємодією з постачальниками, споживачами, конкурентами, захистом від товарів-субститутів та конкуренцією на „центральному ринку”;

- за ступінню значення конкурентної переваги для підприємства в цілому, виділяють базові, забезпечення та підтримання яких є надзвичайно важливим для підприємства і вимагає значних затрат грошових коштів та часу на освоєння та другорядні, забезпечення яких відбувається автоматично внаслідок забезпечення базових;

- з огляду на можливість або неможливість впливу на перевагу виділяють регульовані та нерегульовані конкурентні переваги;

- в залежності від того, яким цілям організації відповідають забезпечувані конкурентні переваги, їх поділяють на тактичні та стратегічні;

- в залежності від обраного виду базової конкурентної переваги, їх поділяють на вартісні та якісні.

Процес забезпечення конкурентних переваг – складний та багатогранний, на сьогодні серед науковців існують розбіжності у трактуванні його змісту. Зокрема:

- з точки зору процесного підходу забезпечення конкурентних переваг підприємств можна розглядати як процес створення конкурентних переваг підприємства, який реалізується функціональними сферами діяльності підприємства і наслідком якого має стати покращення конкурентної позиції підприємства на ринку;

- з погляду системного підходу забезпечення конкурентних переваг – це система взаємозалежних елементів (цілей, методів, функцій органів управління, інформації, моделей та ін.), а також комплексна та всебічна взаємодія між з метою покращення конкурентного становища підприємства; саме системний підхід дає комплексне уявлення про складові частини та етапи процесу забезпечення конкурентних переваг підприємств;

- функціональний підхід до процесу забезпечення конкурентних переваг підприємства як одного з елементів такої функції менеджменту організації як управління конкурентними перевагами підприємства. [9, с. 18-21]

Отже, можемо сформулювати визначення поняття забезпечення конкурентних переваг підприємства як механізму створення умов, необхідних для максимально повного та всебічного використання позитивних відмінностей підприємства від конкурентів, які в короткостроковому періоді забезпечують підвищення ефективності діяльності підприємства, а в довгостроковому – його виживання, яке реалізується шляхом постійного пошуку нових можливостей і швидкої адаптації до навколишнього ринкового середовища та умов конкурентної боротьби, що змінюються.

Забезпечення конкурентних переваг підприємства повинне бути підпорядковане таким основним принципам, як:

- принцип адаптативності, сутність якого полягає в здатності системи управління конкурентними перевагами ефективно виконувати свої функції та досягати поставлених перед нею задач в умов змін внутрішнього та зовнішнього середовища організації;
- принцип інтеграції передбачає погодженість між цілями і задачами, що ставляться перед підприємством як в довгостроковому, так і в короткостроковому періодах, а також забезпечуваними конкурентними перевагами;
- принцип гнучкості – можливість зміни системи забезпечення конкурентних переваг підприємства в результаті накопичення інформації, модернізації технології або коректування стратегії діяльності організації;
- відповідно до принципу динамічності, забезпечення конкурентних переваг процес забезпечення конкурентних переваг, аналіз та оцінка результатів проведеної роботи повинні бути мати динамічний характер, що диктується безперервним розвитком ринку та постійною зміною ринкових умов та кон'юнктури;
- принцип системності та комплексності полягає у розробці та виконанні цілого комплексу заходів щодо забезпечення конкурентних переваг підприємства;
- принцип інноваційності полягає в тому, що для досягнення довгострокового лідерства на ринку необхідним є впровадження інноваційних моделей менеджменту, використання нестандартних управлінських рішень та ін.

На забезпечення конкурентних переваг можуть мати вплив такі основні Огрупи факторів, як:

- вхідні бар'єри на ринок, рівень яких визначається значною кількістю факторів, серед яких основними є місткість ринку та динаміка її зміни, переважний тип виробництва в галузі та пов'язаний з ним рівень витрат на виробництво та реалізацію продукції, ступінь диференціації продукції, доступність каналів розподілу продукції, потреба в додаткових капітальних вкладеннях, консерватизм існуючої системи поставок, рівень розвитку ринкової інфраструктури, криміногенний вплив на ринок та ін.;
- споживачі можуть впливати на забезпечення конкурентних переваг підприємства через постійно існуючу загрозу зменшення обсягів споживання, невисокий рівень купівельної спроможності споживачів, високий ступінь організації споживачів, рівень поінформованості споживачів та ін.;
- постачальники можуть впливати на конкурентні переваги через ціну та якість продукції, що ними пропонується;
- з огляду на забезпечення конкурентних переваг підприємства, важливого значення набуває вивчення ринку товарів-замінників, зокрема їх асортименту, ціни, обсягу виробництва, ступеня задоволення потреб споживачів,
- значний вплив на забезпечення конкурентних переваг підприємств може здійснювати державна політика у сфері антимонопольного законодавства, регулювання умов конкуренції на внутрішньому ринку, регулювання експорту та імпорту продукції, управління підприємствами, що знаходяться у державній власності, стандартизація продукції, патентно-ліцензійна політика, державне регулювання видобутку та використання природних ресурсів та корисних копалин і т. д. [2, с. 55-59].

Основними складовими механізму забезпечення конкурентних переваг підприємства є: фінансово-кредитний механізм нарощування конкурентних переваг; механізм оподаткування як джерело підвищення конкурентних переваг; ціноутворення в період адаптації підприємств до умов світової фінансової кризи; стратегії конкурентного

маркетингу й забезпечення конкурентоспроможності в системі організації виробництва; формування конкурентних переваг підприємства: інструменти створення, система менеджменту якості, організаційно-економічне забезпечення та ін.

Зважаючи на те, що на сьогодні 45,5 % підприємств по Україні є збитковими, при чому загальна сума збитку від їх звичайної діяльності становить 106 572,4 млн. грн, темпи приросту обсягів виробництва сільськогосподарської продукції протягом 2009 року були незадовільними, склавши лише 0,1% впровадження на підприємствах дієвої системи забезпечення конкурентних переваг, дозволить їм зміцнити конкурентні позиції на ринку та значною мірою покращити фінансові результати.

Висновки. Таким чином, у зв'язку із зазначеним вище, можна зробити висновки.

1. Забезпечення конкурентних переваг підприємства – це механізм створення умов, необхідних для максимально повного та всебічного використання позитивних відмінностей підприємства від конкурентів, які в короткостроковому періоді забезпечують підвищення ефективності діяльності підприємства, а в довгостроковому – його виживання, яке реалізується шляхом постійного пошуку нових можливостей і швидкої адаптації до навколишнього ринкового середовища та умов конкурентної боротьби, що змінюються. 2. Основними складовими механізму забезпечення конкурентних переваг підприємства є: фінансово-кредитний механізм нарощування конкурентних переваг; механізм оподаткування як джерело підвищення конкурентних переваг; ціноутворення в період адаптації підприємств до умов світової фінансової кризи; стратегії конкурентного маркетингу й забезпечення конкурентоспроможності в системі організації виробництва; формування конкурентних переваг підприємства: інструменти створення, система менеджменту якості, організаційно-економічне забезпечення та ін. 3. Забезпечення конкурентних переваг відбувається під впливом таких факторів, як вхідні бар'єри на ринок; вплив споживачів; вплив постачальників; наявність товарів-замінників; державна політика та регулювання економіки.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Азов Г. Л. Конкуренция: анализ, стратегия, практика : [моногр.] / Г. Л. Азов. – М. : Центр экономики и маркетинга, 1996. – 208 с.
2. Азов Г. Л. Конкурентные преимущества фирмы : [моногр.] / Г. Л. Азов, А. П. Челенков. – М. : Новости, 2000. – 251 с.
3. Балабанова І. В. Управління конкурентною раціональністю : [моногр.] / І. В. Балабанова. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2008. – 538 с.
4. Белецкая И. И. Современный механизм формирования конкурентных преимуществ в свете эволюции их теории / И. И. Белецкая // Прометей. – 2005. – № 1. – С. 167-172.
5. Войчак А. В., Камишніков Р. В. Конкурентні переваги підприємства: сутність і класифікація / А. В. Войчак, Р. В. Камишніков // Маркетинг в Україні. – 2005. – № 2. – С. 50-53.
6. Іванов Ю. Б. Конкурентні переваги підприємства: оцінка, формування та розвиток : [моногр.] / Ю. Б. Іванов, П. А. Орлов, О. Ю. Іванова. – Харків : ІНЖЕК, 2008. – 352с.
7. Конкурентоспособность предприятия: оценка, диагностика, стратегия: [науч. изд.] / Ю. Б. Иванов, А. Н. Тищенко, Н. А. Дробитько, О. С. Абрамова. – Харьков : ХНЭУ, 2004. – 256 с.
8. Лепа Н. Н. Управление конкурентными преимуществами предприятия : [Моногр.] / Н. Н. Лепа. – Донецк : Юго-Восток, ЛТД, 2003. – 296 с.
9. Нефедова О. Г. Шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємства / О. Г. Нефедова // Економіка і регіон. – 2007. – № 4 (15). – С.115-120.
10. Отенко І. П. Управління конкурентними перевагами підприємства : [наук. вид.] / І. П. Отенко. – Харків : ХНЕУ, 2006. – 212 с.
11. Савчук С. И. Основы теории конкурентоспособности : [моногр.] / С. И. Савчук. – Мариуполь: Рената, 2007. – 520 с.

**СУТНІСТЬ АДАПТАЦІЇ УПРАВЛІННЯ ФУНКЦІОНУВАННЯМ
ПІДПРИЄМСТВ****Ждаміров Є. Ю.**

Постановка проблеми в загальному вигляді. Однією з основних характеристик ринкової економіки є нестабільність параметрів економічного середовища, котра характеризується з однієї сторони стохастичними змінами, а з іншої – стійкістю, тобто здатністю системи зберегти свої генетичні риси. Виникнення нестабільності у ринковій економіці обумовлено динамічністю інституціональної структури, тому, вплив нестабільності на функціонування всіх господарюючих суб'єктів, в тому числі й на мікрорівні, характеризується негативними наслідками. Аграрні підприємства внаслідок орієнтації своєї діяльності на наповнення споживчого ринку, специфіки кінцевого продукту та взаємозв'язку з сільським господарством займають особливу нішу в українській економіці та мають високий рівень значущості для економічної безпеки країни. Будучи структурним елементом АПК, вони мають певний вплив на його розвиток. Від ступеня стійкості сільськогосподарських підприємств та рівня адаптивності вибраних ними стратегій поведінки залежать не тільки темпи економічного росту в сільському господарстві, але й загальні результати макроекономічного розвитку України. Дослідник І. Б. Гурков розкриває адаптацію як: „... сохранение предприятия в условиях внешней среды в результате изменения характера отношений с внешней средой и трансформации внутренней организации предприятия” [3, с. 37]. З іншого боку, процес адаптації розглядається як складна економічна категорія, що має подвійну природу: адаптація одночасно розглядається і як процес, і як результат, що характеризує адаптацію з економічної точки зору. Тому аналіз процесів адаптації необхідно проводити шляхом одночасного аналізу процесу змін організації і оцінки кінцевого результату цих змін, що оцінює ефективність подальшого господарювання організації. Відсутність нових концептуальних розробок і теоретико-методологічних положень щодо вирішення проблем адаптації управління функціонуванням сільськогосподарських підприємств до умов ринкових відносин та глобальної фінансової кризи зумовлює необхідність і актуальність системного дослідження даної проблеми.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Досліджуючи питання розвитку процесів адаптації управління функціонуванням підприємств до умов ринку були розглянуті наукові публікації С. Алексеев [1, с. 23-46], М. Буднік [2, с. 2-27], І. Гурков [3, с. 16-48], В. Дубчак [4, с. 5-33], Т. Клебанова [5, с. 16-43], А. Козаченко [6, с. 12-52], С. Кравченко [7, с. 12-97], Е. Чиженькова [9, с. 5-56] та ін. Адаптації управління функціонуванням підприємств розглядається науковцями, як процес пристосування їх параметрів до невизначених умов зовнішнього середовища; кінцевий етап процесу пристосування підприємств до ринку; вид взаємодії суб'єкта господарювання або групи суб'єктів з соціально - економічним середовищем; сукупність форм та методів виживання сільськогосподарських підприємств в умовах конкуренції, зміни в плані маркетингу, які впроваджує підприємство з ціллю пристосуватися до нових умов та цілей діяльності; реакція на зміни умов, яка протидіє дійсному або можливому зниженню ефективності поведінки системи; перебування підприємства в умовах зовнішнього середовища в результаті зміни характеру відносин з зовнішнім середовищем та трансформації внутрішньої організації підприємства; швидка зміна власності за допомогою нових організаційно-економічних форм господарювання, бажання до збільшення прибутків підприємства, вихід на ринок та виробництво високо конкурентної продукції за рахунок зниження затрат, нещадної ліквідації збиткових виробництв; забезпечення виживання